vignobles & découvertes

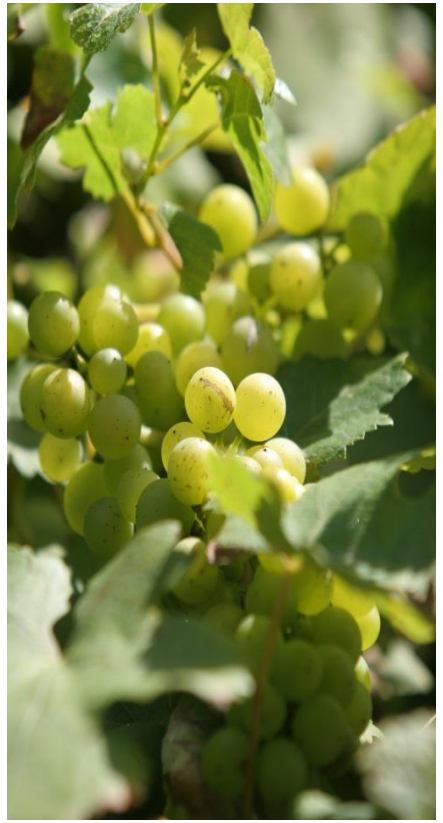
Impulsons l'esprit

OHLALA! www.ohlalapro.com

VIGNOBLES & DÉCOUVERTES

Rencontres avec les partenaires du réseau

Lundi 8 Décembre 2014 – Domaine Ménard Gaborit

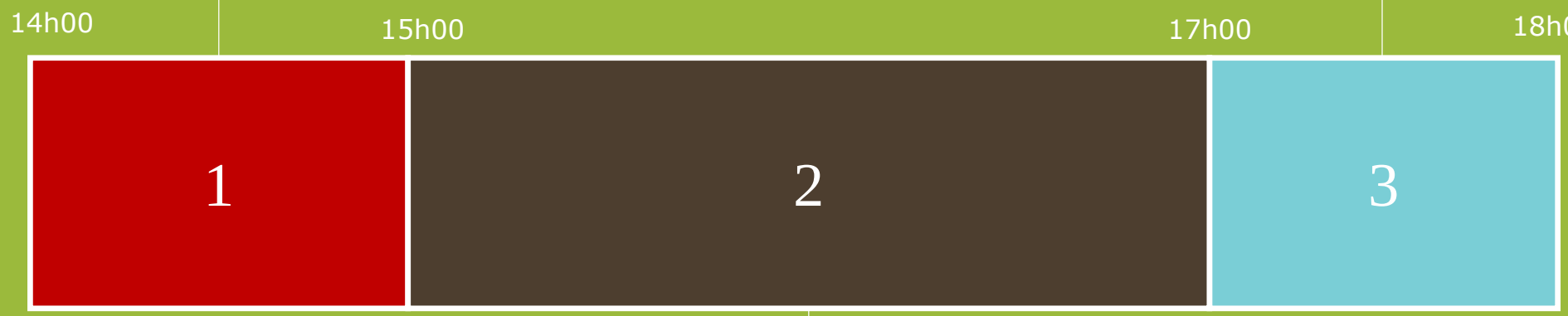


Loire-Atlantique développement

DÉROULÉ DES RENCONTRES

Informations
sur le réseau V&D

Moment convivial autour
d'une dégustation de Muscadet



Speed-business dating

RENOUVELLEMENT DE LA MARQUE VIGNOBLES & DECOUVERTES

- Suite à l'envoi du dossier en juin dernier, nous avons reçu le **27 octobre** l'annonce par Atout France et le Conseil Supérieur de l'Oenotourisme du renouvellement de notre labellisation pour la destination Muscadet Loire Océan et ses **89 partenaires du réseau** (vignerons, restaurateurs, hébergeurs, sites de visites, offre de loisirs et agences réceptives), et ce pour une durée de **3 ans** !
- **2 nouvelles offres** : le gîte de la Molinaria à Monnières et le golf de la Marrionnière à Pont St Martin
- C'est le résultat d'un **travail collectif et de longue haleine**
- Gros travail de rédaction et de compilation de données réalisé par Annabelle Allard
- **Très bonne nouvelle pour le réseau !!**
- À ce jour, **50 destinations viticoles** en France sont labellisées Vignobles & Découvertes

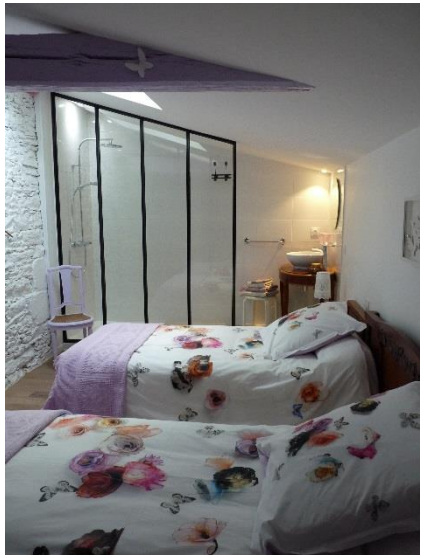
LES ACTIONS 2014

LE GROUPE PRIVE FB V&D 44

- 45 adhérents à ce jour
- Réservé aux membres du réseau V&D
- Il manque encore de nombreux partenaires
- Seuls les personnes ayant un **profil FB** peuvent participer, une **page FB** ne le permet pas
- **Pensez à l'alimenter** de vos nouveautés et actus sur l'oenotourisme !!!

→ Outil d'animation de réseau et de veille efficace

EDUCTOUR DU 13 NOVEMBRE DERNIER



Gwen Class a ajouté des photos à Eductour Vignobles & Découvertes - vignoble du Muscadet - 13/11.
14 novembre, 22:04
Pour ceux qui ont manqué l'eductour Vignobles & Découvertes qui a eu lieu hier dans le vignoble du Muscadet, petit résumé en images.... merci aux partenaires présents et à ceux qui nous ont accueilli (Le Domaine Ménard Gaborit, Vignoble Loisirs Organisation, Le Clos du Cellier, La Demeure des Arabesques et Le Domaine des Herbauges) !
J'aime · Commenter
6 personnes aiment ça.
Vu par 15 personnes
Écrire un commentaire...
Appuyez sur Entrée pour publier.

AGENDA DES PORTES OUVERTES DES CAVES

ACCUEIL
A PROPOS
CONTACT
OH LA Loire-Atlantique
BIEN PLUS QUE DES idées balades EN Loire-Atlantique !
INSPIREZ-VOUS
PRENEZ L'AIR
SORTEZ LES ENFANTS
GOÛTEZ AU LUXE
RACONTEZ-NOUS
LES VIDÉOS
Home / Portes ouvertes chez les vignerons !
PORTES OUVERTES CHEZ LES VIGNERONS !
CHARLOTTE
11 days ago
Prenez l'air
dégustation, loire-atlantique, portes ouvertes, vignerons, vignoble, vins, œnologie
166
VOUS AIMEZ... PARTAGEZ !
L.A. PÉPITE D'ELISE !
Lundi, je partageais avec vous un bon plan chambre d'hôte et balades en vélo pour occuper votre long weekend du 11 novembre. Aujourd'hui, comme dit l'adage « Après l'effort, le réconfort », je vous propose un agenda œnologique....qui ravira vos papilles : les portes ouvertes des domaines viticoles du réseau Vignobles & Découvertes ! Elles débutent ce weekend à Vertou et continuent dans tout le département jusqu'en décembre ! C'est un peu Noël avant Noël quoi ! Plus que de simples portes ouvertes, les vignerons mettent tout en œuvre pour que ces portes ouvertes soient véritablement un festival de parfums, d'odeurs et de saveurs. De quoi vivre de

Vignobles & Découvertes
Calendrier des portes ouvertes des caves
NOM DES DOMAINES
DATE
HORAIRE
LIEU
DESCRIPTIF DES PORTES OUVERTES
DOMAINE DU CORMIER
VERTOU
02.40.34.28.13
8 novembre
10 h - 19 h
47 route de la Haye Fouassière
44120 VERTOU
Nous serons heureux de vous accueillir à la cave du Cormier avec nos différents producteurs partenaires : Joachim Chomprier (Brouilly), Stéphane Pascal (pâtissier-chocolatier), Florence Le Douarin (pain paysan et brioche), Joël Guérin (foie gras), Guilène Barreau et fils (à la marée fraiche).
DOMAINE CLAIR MOREAU
CHATEAU-THEBAUD
02.40.06.61.42
www.clairmoreau.fr
15 et 16 novembre
10 h - 18 h
7 La Petite Jaunaie
RD137
44690 CHATEAU-THEBAUD
Vivez un moment privilégié et unique : Echanges avec vos vignerons, dégustation de notre gamme de vins, dégustation des primeurs, atelier « Arômes », Buffet Accords Mets&Vins.
Animations musicales avec au programme : Chorale gospel le samedi matin (11h)
Concert musique festives bretonnes – dimanche après-midi (15h)
DOMAINE DE LA COGNARDIERE
LE PALLET
02.40.80.41.72
www.cognardierenouvet.com
29 et 30 novembre
10 h - 19 h
1 Impasse des Pressoirs
44330 LE PALLET
Nous vous ouvrons la porte de notre cave dans un esprit de convivialité avec 7 autres vignerons qui vous feront découvrir la richesse et le prestige des vins français pour voyager le temps d'un week-end.
CHÂTEAU DU COING
SAINT-FIACRE-SUR-MAINE
02.40.54.85.24
www.chateau-du-coing.com
29 novembre
10 h - 19 h
Le Coing
44690 SAINT-FIACRE-SUR-MAINE
Nous vous présenterons le Melon de Bourgogne sous toutes ses facettes : Muscadet primeur Prinse, Muscadets Traditionnels, Millésimés jusqu'à 18 ans d'âge, Crus communaux Monnières Saint Fiacre et Gorges, Méthode traditionnelle et vin doux.
Nous accueillerons également Domus Vinum qui présentera sa cuvée Trouminette et la productrice de Safran du Vignoble avec notamment des caramels aromatisés au safran !
Loire-Atlantique développement
0 810 044 001

21 caves y figurent

→ Jusqu'au **21 décembre**
→ **Parlez-en à vos visiteurs !**
→ Une bonne occasion de découvrir les caves du réseau dans un contexte festif
→ De nombreuses **animations** proposées
→ Beaucoup de producteurs locaux invités
→ Des **idées cadeaux** avant les fêtes !

LA DIFFUSION DU FILM VIGNOBLES & DECOUVERTES

Une **version courte** de 30 secondes a été diffusée d'octobre à décembre en écho avec l'actualité oenotouristique :

- au cinéma le **Katorza**, avant tous les films et à toutes les séances, soit **1600 à 2100 diffusions**
- sur la chaîne de télé **TéléNantes**, la publicité a été diffusée sur la chaîne **pendant 2 mois**, à raison de 5 passages par jour.

Rappel de l'objectif du film : faire connaître aux Nantais le vignoble de Loire-Atlantique (dans la diversité d'activités à faire) et qu'ils l'envisagent comme une excursion à faire.

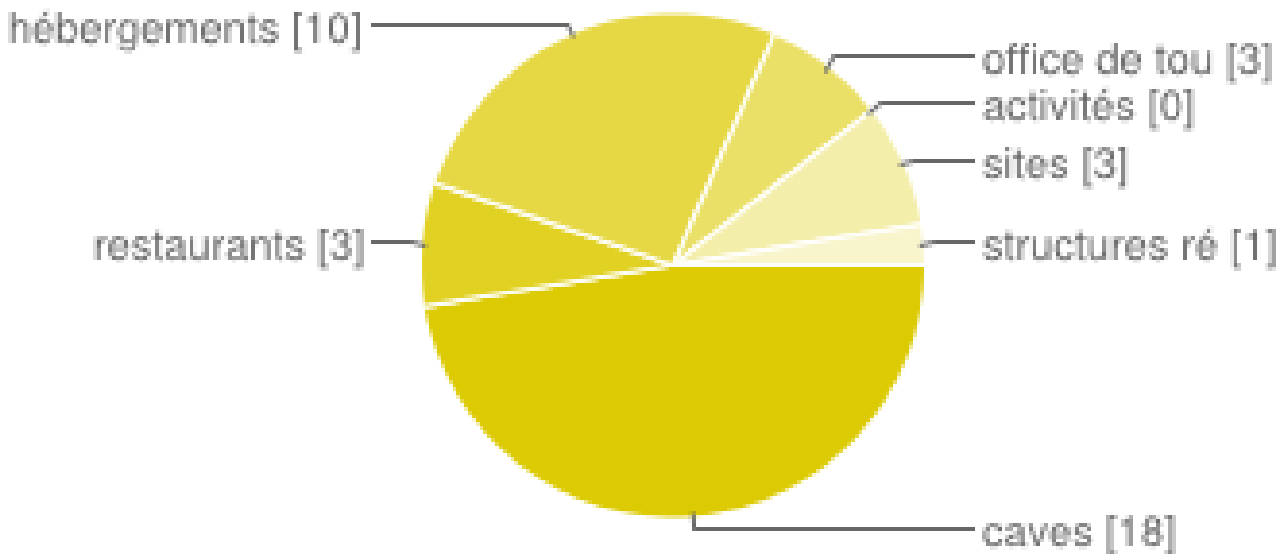
La **diffusion par les partenaires peut être optimisée**, notamment dans vos structures.

ACCUEIL DE TOURS OPERATOR ETRANGERS – DESTINATION VIGNOBLE

BILAN DES 3 ANS DE LA MARQUE : RESULTATS DU QUESTIONNAIRE

RESULTATS DU QUESTIONNAIRE

38 répondants :



RESULTATS DU QUESTIONNAIRE

PARTIE 1 - LE **RÉSEAU** VIGNOBLES & DÉCOUVERTES ET VOUS

Qu’est-ce que le réseau V&D vous a apporté au cours de ces 3 ans ?

ANIMATION DE RESEAU

- Meilleure **connaissance des acteurs** de l’oenotourisme
- Des **échanges** plus marqués avec des confrères
- Connaissance du **territoire**
- Rencontre de **nouveaux partenaires**
- Une **dynamique** par les rencontres et les formations proposées
- Une **implication** plus active vers l'oenotourisme et une conscience de l'impacte du vignoble de nos institutionnels.
- Richesse des **contacts humains** - découverte de **nouvelles activités**
- Compte tenu de la période actuelle, il est absolument nécessaire d'intégrer avant toutes nouvelles actions, le **volet économique** de l'opération. C'est une des conditions et motivations de vos membres
- De **nouveaux contacts** et des échanges entre partenaires.
- Mise en place **d'actions** avec les membres du réseau
- Faire parti d'un **réseau de professionnel** du tourisme, même si les liens avec les autres sont peu nombreux
- Développement de **contacts**, et avoir une vraie **démarche viticole et tourisme** près de mes vacanciers
- **Connaissance** des partenaires, des territoires et du **muscadet** (thème mieux abordé en visite) des formations (anglais)
- **Renforcement** du réseau
- Ce réseau nous a permis de rencontrer de nouveaux acteurs locaux et **d'élargir nos partenariats.**
- Une **communication interne** des acteurs de l'oenotourisme nantais, un échange. Découverte de partenaires.
- Des rencontres, des échanges entre professionnels de la région.
- Le réseau m'a donné de **l'énergie**.
- The chance to build a **network** of local wine region contacts helping to make a visit to our B&B more **attractive**.
- Rencontrer et échanger avec les différents acteurs, une connaissance des **autres adhérents** de ce label
- De la **rigueur** dans notre accueil
- Des rencontres avec d'autres partenaires, intérêt des **Eductours**

Qu’est-ce que le réseau V&D vous a apporté au cours de ces 3 ans ?

PROMOTION

- Meilleure **visibilité** du vignoble à l'échelle nationale, un outil de communication mutualisé (vidéo)
- De la **notoriété**, de nombreuses informations pour notre clientèle
- Nouvelle hôtes, **publicité**.
- Une **visibilité** sur notre engagement pour l'oenotourisme.
- Une **nouvelle image** oenotouristique
- Le réseau a fait parler de nous par la promotion **à la radio** et par la **cuvée OH LA L.A. !**
- **Notoriété**
- Un **soutien** en matière de promotion
- Une meilleur visibilité, une **reconnaissance**
- Une reconnaissance supplémentaire.
- Une **identité** et nous faire connaître à travers le réseau.
- Meilleure **visibilité** de nos chambres d'hôtes
- Une **pancarte**
- Une meilleure visibilité

MARKETING

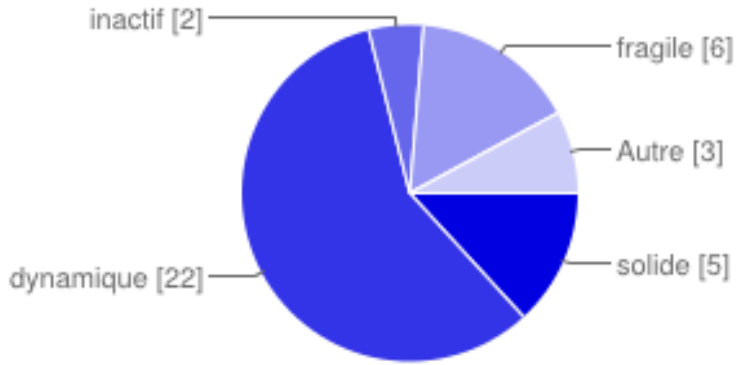
- On situe mieux nos "voisins" partenaires → on **parle de leur prestation** à nos visiteurs
- Une clientèle différente, plus de touristes
- **Nouveaux** clients
- Un gage de **confiance** pour les clients
- Une marque de **qualité** pour nos clients qui viennent par cette intermédiaire
- C'est une marque **repère**
- Marque aujourd'hui bien **référencée**
- Une image de marque , une **référence** pour les touristes et habitants de la région

Qu’est-ce que le réseau V&D vous a apporté au cours de ces 3 ans ?

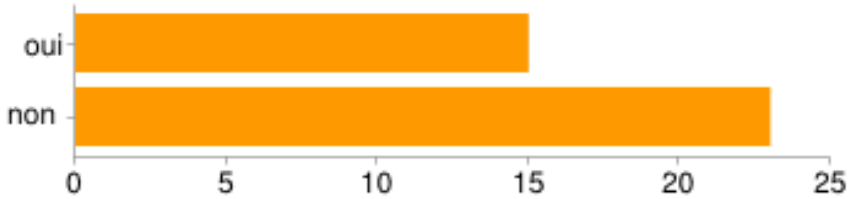
ELEMENTS MOINS POSITIFS

- Difficilement **quantifiables** en retombées économiques
- Difficile de dire ensuite si elle nous apporte plus de clients, c'est compliqué que le quantifier
- **Aucune réservation** n'a aboutit avec Vignobles & Découvertes
- Pas de **retour direct**, peu de personnes en parlent…. Comme d'habitude, pris par les activités professionnelles, peu de temps pour développer les relations au sein du réseau.
- Peu de choses
- Rien de spécial

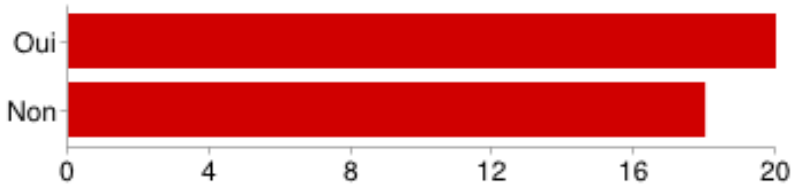
Après 3 ans de création comment jugez-vous le réseau V&D ?



Travaillez-vous avec de nouveaux partenaires grâce à votre adhésion à V&D ?



Avez-vous développé de nouvelles offres oenotouristiques depuis votre arrivée dans le réseau ?



Vos besoins/attentes pour les 3 prochaines années

ANIMATION DE RESEAU / FORMATION

- Une bonne **recommandation** de nos partenaires sur sites et une plus grande cohésion avec l'appellation "côtes de Grandlieu", qui reste bien moins connue que le "Sèvre & Maine"
- Plus de **recommandations** les uns envers les autres sur un même secteur.
- **Formation** des prestataires;
- De nous soutenir, de nous porter, de nous encourager, de nous guider, de croire en nous et valoriser notre vignoble de Nantes
- Que les rencontres perdurent
- Un dynamisme de groupe
- Besoin d'une approche concrète type "formation" sur les réseaux sociaux comme facebook , blog.... pour pouvoir relayer et communiquer mieux avec le réseau, par exemple sur ce qui existe en "animation" sur les partenaires, poursuite des rencontres

MARKETING

- Participer davantage avec des partenaires pour vendre nos produits et faire connaitre le leurs
- Développent de nouveau clients français, étranger.
- Faire des packages sur plusieurs jours incluant l'œnologie, l'hébergement, la restauration, les visites
- We would be happy to work with vignerons and restaurants to create "Box"visits.

Vos besoins/attentes pour les 3 prochaines années

PROMOTION

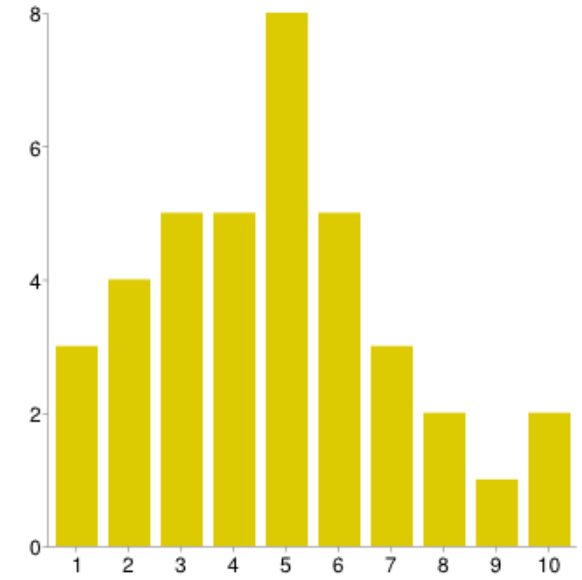
- Continuer à valoriser l'offre œnologique avec celle des chambres d'hôtes, la restauration et les visites
- Toujours plus de **visibilité** dans les médias et sur la ville de **Nantes**. Une image positive et dynamique du Vignoble
- Davantage de communication dans les médias
- Une **communication** plus large
- Une lisibilité pour les adhérents qui sont des « ensembliers » de l'Oenotourisme.
- Avoir des **supports publicitaires papier** pour les remettre auprès de nos clients.
- Tout comme il existe le guide des caves touristiques, avoir un **guide** de tous les membres de V&D, à remettre aux visiteurs.
- Plus de visibilité, une marque à développer encore pour la reconnaitre
- Qu'un budget significatif soit alloué à la communication sur V&D afin qu'elle devienne une vrai référence pour les clients
- Une meilleure visibilité sur le **net**.
- Que V&D nous fasse **connaitre**
- Communication vers des marchés **nationaux et internationaux** (marché britannique notamment)

AUTRE

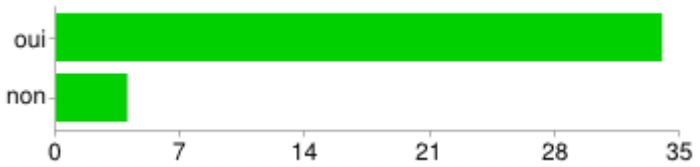
- On a beaucoup de demandes pour des **domaines viticoles qui font chambre d'hôtes**.
- Un **chiffrage** objectif des retombées économiques dues à l'action de VD Echanges, découvertes, formations, promotion
- Il me semble absolument nécessaire de créer une activité Oenotourisme, au sens ensemblier du terme (demande de la clientèle) en ayant définit au préalable tous les critères de l'oenotourisme.

PARTIE 2 - LA MARQUE VIGNOBLES & DÉCOUVERTES ET VOUS

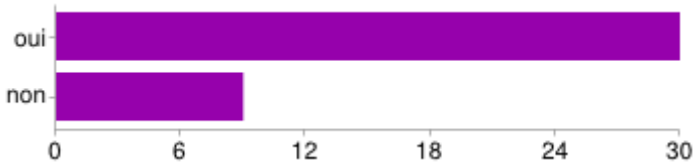
Sur une échelle de 1 à 10 comment noteriez-vous la notoriété du label V&D auprès de votre clientèle ?



La plaque Vignobles & Découvertes est-elle apposée à l'entrée de votre structure ?



Le logo Vignobles & Découvertes est-il apposé sur vos supports de communication ?



PARTIE 3 – ANIMATION DU RESEAU

Les rencontres
- 76 % des répondants y participent
- Retours très positifs dans la grande majorité des cas, les personnes qui ne viennent pas évoquent un manque de temps
- Augmenter le taux de participation

Les formations
- Aspect réglementaire, juridique, fiscale) de certaines activités
- Comment travailler avec d'autres partenaires (via les Box notamment)

Les éductours
- 50 % des répondants y participent
- Complémentaires des rencontres

Les pages oenotourisme du site pro
- 68 % des répondants les consultent
- 63 % des répondants trouvent le contenu pertinent
- 55 % des répondants trouvent le contenu suffisant

PARTIE 4 – COMMUNICATION ET PROMOTION

Le groupe de travail communication

- Méthode travail efficace
- Des partenaires seraient intéressés d'y participer

Le partenariat avec France Bleu Loire Océan

- 71 % des répondants ont participé au partenariat
- Expérience positive : a permis de mettre des partenaires en contact
- Bon média pour parler du vignoble car très écouté
- Rapide, efficace, simple, direct
- Peu de retombées
- Changements d'organisation à la dernière minute

Le film Vignobles & Découvertes

- 95 % des répondants le connaissent
- 40 % l'ont diffusé sur leur site internet
- 50 % l'ont diffusé sur leurs réseaux sociaux
- 24 % l'ont diffusé dans leur structure
- Retombées difficilement mesurables mais 4500 vues sur notre chaine youtube

CONCLUSION

Retours globalement très positifs

Beaucoup de pistes à explorer pour l'avenir du réseau :
→ Tant en matière **d'animation** de réseau (favoriser les liens entre partenaires), de formation
→ Qu'en matière de **promotion, communication, marketing**

Base de travail, les **3 objectifs fixés en 2013** pour Vignobles & Découvertes :

- Objectif 1 - Améliorer la connaissance de l'offre des partenaires V&D
- Objectif 2 - Mettre en place un système de séduction auprès des Nantais prescripteurs pour développer la réputation de la destination
- Objectif 3 - Améliorer la visibilité et l'accessibilité de l'offre pou

GROUPE DE TRAVAIL : SUR LE PLAN D'ACTIONS 2015

Afin de répondre au mieux à ces besoins et de préparer le plan d'actions 2015, en fonction du temps et du budget disponibles :

→ Nous vous proposons de travailler avec vous au sein d'un **groupe de travail** comme en 2013
→ Minimum de **5 personnes,** représentant les filières
→ **4 réunions** maximum dans vos structures afin d'optimiser le temps
→ 1ère réunion le **jeudi 22 janvier** de 9h00 à 12h30

LES ACTIONS 2015

LES FORMATIONS

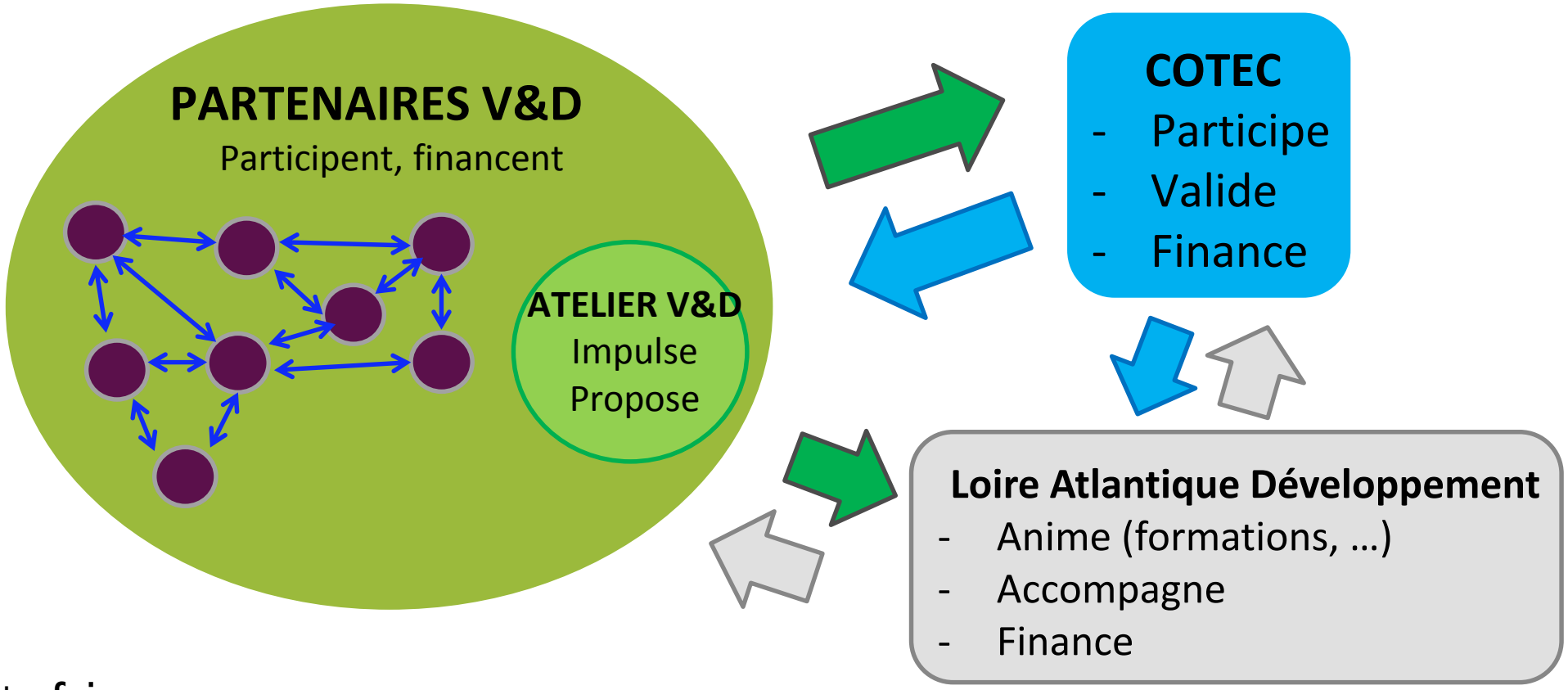
- **Anglais / oenotourisme** : a lieu les vendredis de 14 à 16 h, **possibilité de s'inscrire jusqu'à jeudi**

- **2 formations gratuites de 3 h autour du vin** à la Maison des Vins de Nantes, proposé par Interloire
  - Formation n°1 : Initiation à la dégustation autour des vins de Loire – **jeudi 5 mars** de 15 h à 18 h
  - Formation n°2 : Découverte de la diversité des muscadets – **jeudi 19 mars** de 15 h à 18 h

  → Objectif : vous donnez des outils, connaissances autour du vin pour être plus à l'aise et mieux en parler à vos clients
  → Vous pouvez participer aux 2 formations
  → S'adresse à tous les profils (hébergeurs, restaurateurs, sites de visite, personnel d'office de tourisme, commerciaux, offre de loisir, etc…)

- **Atelier Facebook** : comment alimenter le groupe Vignobles & Découvertes 44 ?

LE COMITE TECHNIQUE : APPEL A CONTRIBUTION !!!



Il se réunit **4 fois par an.**
Sa mission : participe et donne son avis au sujet de l'élaboration du plan d'action V&D.
<u>Il manque des représentants pour qu'il y en ait 2 par filière.</u>

APPEL À COTISATION 2014-2015

Une seule cotisation pour les **2 années** 2014 et 2015 : **80 €** pour 1 seule activité**, 120 €** pour 2 activités
Pour un appel à cotisation en début d'année afin de faciliter la gestion des fonds

Pas d'augmentation de 2011 à 2013 : 35 €
Pour 2014 et 2015 : **40 €**

LA PAROLE AUX PARTENAIRES

Marina MUSNIER, Agence Régionale des Pays de la Loire

Caroline BLANLOEIL, Office de Tourisme du Vignoble de Nantes

SPEED BUSINESS DATING : MODE D'EMPLOI

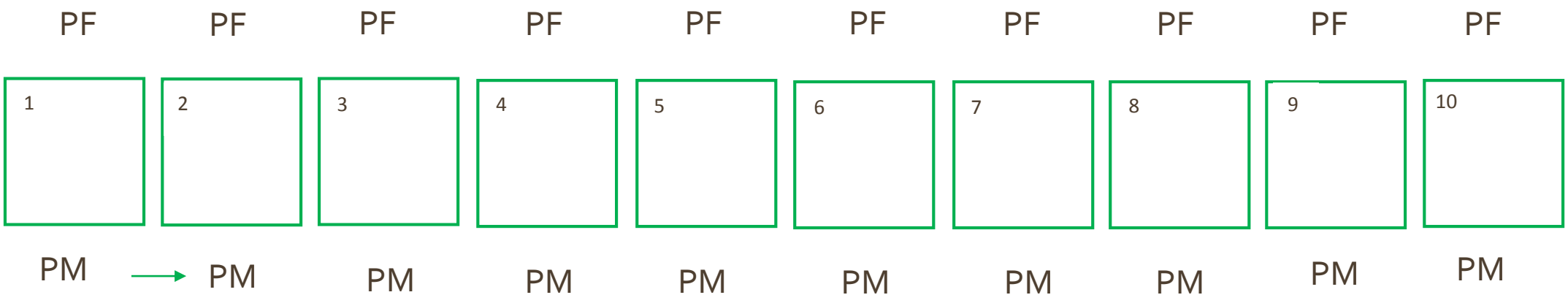
- 10 rendez-vous de **10 minutes** en tête à tête : vous allez rencontrer toutes les personnes présentes aujourd'hui !
- Pour que cela fonctionne : merci de **respecter le timing** !
- **10 emplacements** à votre disposition :
  → 10 personnes qui restent à leur place
  → 10 personnes mobiles

- Toutes les 10 minutes, les personnes mobiles se décalent d'un emplacement
- Suggestions : présentez votre structure, votre métier, vos nouveautés….
- Objectif : mieux se connaitre et pourquoi pas développer des partenariats autour de vos offres
- A votre disposition : une **fiche contact**

N'oubliez pas de vous **échanger vos cartes de visite et vos documentations** pour que vos visiteurs puissent découvrir les autres partenaires du réseau Vignobles & Découvertes !

DISPOSITION DES PARTICIPANTS

PF : personne fixe
PM : personne mobile

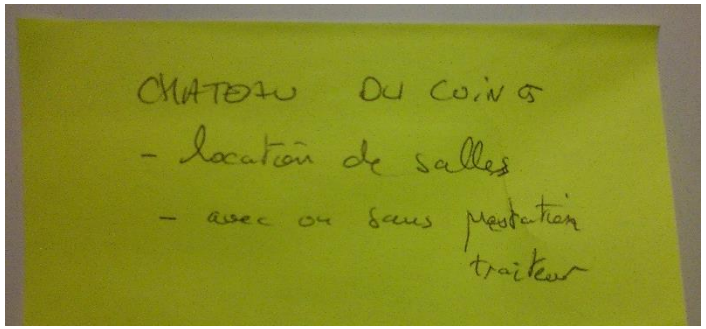


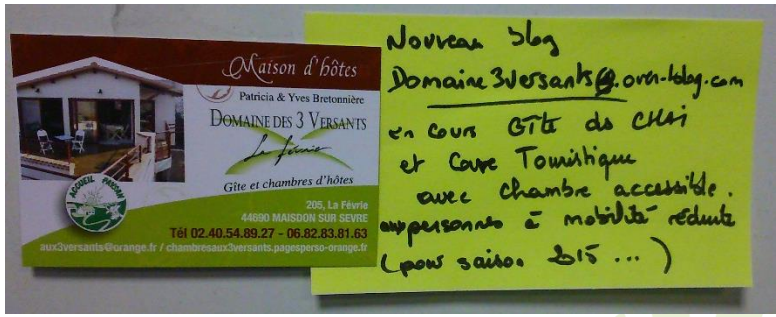
LE RESULTAT EN IMAGES

UN MUR REEL : QUOI DE NEUF CHEZ VOUS ?

Pour mettre en avant vos nouveautés et en informer le réseau
→ Venez afficher sur le mur votre actualité ou votre nouveau flyer !

Loire-Séjours
Chambres d'Hôtes
Chambres à partir de 55 €
Andrew & Aline TREPPASS
196 Rue du Général Leclerc
44150 ANCENIS
Tel: 09 64 40 47 46 - Mob: 06 75 22 30 89
info@loire-sejours.fr - www.loire-sejours.fr





Merci de votre participation

Gwenaëlle CLASS

Gwenaelle.class@loireatlantique-developpement.fr

Chargée de Mission
Spécialité Oenotourisme
Tourisme Culturel et de Nature

02 51 72 95 45